

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata *Art Experience* Sudut Pandang Bandung Dengan Tema “*Psychology of Love*” (Studi Deskriptif pada Destinasi Wisata Sudut Pandang Bandung)”. Komunikasi pemasaran merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi mengenai produk atau layanan kepada target audiens. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi dengan digital marketing memungkinkan bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas, berkomunikasi dengan lebih baik, dan mencapai tujuan pemasaran mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dijalankan Sudut Pandang dalam Meningkatkan Pengunjung, mengetahui tantangan yang terjadi pada tahap penyebaran promosi di Instagram dan untuk mengetahui berbagai jenis konten yang diproduksi oleh media Sudut Pandang di instagramnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Studi Deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital Sudut Pandang yang mencakup tujuh elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi, *people* (kualitas layanan staff), proses, *physical evidence*. Sudut Pandang menggunakan konten beragam di Instagram, seperti *story*, *reels*, dan gambar, untuk mempromosikan tempat wisatanya. Penawaran khusus dan diskon diterapkan untuk menarik pengunjung, sementara aplikasi pesan tiket online membantu memperluas jangkauan penjualan. Promosi dilakukan melalui *influencer* untuk mencapai audiens yang lebih luas. Kendala utama termasuk persaingan ketat dan jangkauan Instagram yang terbatas. Meskipun kolaborasi dengan *influencer* meningkatkan visibilitas, konten promosi yang monoton perlu ditingkatkan. Jenis konten visual berkualitas tinggi dan edukasi, dan infografis, memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengunjung.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Sudut Pandang, Meningkatkan Pengunjung, Instagram

ABSTRACT

This research is titled “Marketing Communication Strategy of the Art Experience Tourism Destination Sudut Pandang Bandung with the Theme “Psychology of Love” (Descriptive Study on the Sudut Pandang Bandung Tourism Destination)”. Marketing communication is one of the key elements in a marketing strategy that aims to convey messages and information about products or services to the target audience. Marketing communication integrated with digital marketing allows businesses to reach a wider audience, communicate better, and achieve their marketing goals.

This research aims to find out the communication strategy carried out by the Point of View in Increasing Visitors, to know the challenges that occur at the stage of spreading promotions on Instagram and to find out the various types of content produced by the Point of View media on Instagram. This research uses a qualitative approach with the Descriptive Study method.

The results of this study indicate that Sudut Pandang's digital marketing communication strategy includes seven main elements: product, price, place and promotion, people (staff service quality), process, physical evidence. Sudut Pandang uses various content on Instagram, such as stories, reels, and images, to promote the tourist attractions. Special offers and discounts are applied to attract visitors, while online ticket booking applications help expand the reach of sales. Promotion is done through influencers to reach a wider audience. The main obstacles include fierce competition and limited Instagram reach. Although collaboration with influencers increases visibility, monotonous promotional content needs to be improved. High-quality visual and educational content types, and infographics, play an important role in attracting attention and increasing visitor engagement.

Keywords: Marketing Communication, Sudut Pandang, Increasing Sales, Instagram